

## DE CARMEN BALCELLS A *INDENT LITERARY AGENCY*. PARA UN MAPEO Y CARACTERIZACIÓN DEL AGENTE LITERARIO DE LA LITERATURA LATINOAMERICANA

*Jorge J. Locane*  
Universidad de Oslo  
Oslo, Noruega  
j.j.locane@ilos.uio.no

### RESUMEN / ABSTRACT

Este artículo propone un análisis del papel que desempeñan los agentes literarios como actores cada vez más decisivos en la proyección internacional de la literatura latinoamericana. Se ofrece una rápida historización de su emergencia y consolidación hasta llegar al contexto actual de la globalización. También se elabora un mapeo parcial de las agencias hoy más influyentes en la gestión de derechos de autores latinoamericanos. Se propone, además, una lectura de la novela *El jardín de al lado*, de José Donoso, como un texto que ficcionaliza el momento de aparición de los agentes en el mundo de habla hispana y las tensiones que generó su emergencia. Entre las conclusiones, se sostiene que la función de los agentes no es meramente gestionar derechos sino que su intervención posee un carácter creativo y que sirve para cohesionar el mercado transnacional de literatura.

**PALABRAS CLAVE:** agentes literarios, globalización, literatura latinoamericana, *gatekeeper*, mercado transnacional.

### FROM CARMEN BALCELLS TO *INDENT LITERARY AGENCY*. MAPPING AND CHARACTERIZING THE LITERARY AGENT OF LATIN AMERICAN LITERATURE

This article addresses the role played by literary agents as increasingly decisive actors in the international projection of Latin American literature. It offers a brief historization of their emergence and consolidation up to the current context of globalization, including a partial mapping of the most influential agencies in the management of Latin American authors' rights. It also proposes an approach to the novel *El jardín de al lado*, by José Donoso, as a text that

fictionalizes the moment of appearance of the agents in the Spanish-speaking world and the tensions generated by their emergence. Among the conclusions, it is argued that the role of agents is not merely to manage rights but that their intervention has a creative character and serves to cohere the transnational literature market.

KEYWORDS: literary agents, globalization, Latin American literature, gatekeeper, transnational market.

Recepción: 03/07/2021

Aprobación: 18/10/2021

## 1. INTRODUCCIÓN

Conocido por ser uno de los traductores de Tomás González al alemán, Peter Schultze-Kraft recuerda en una entrevista el siguiente episodio:

en enero de 2011 le recomendé a un amigo director de programa de una importante editorial alemana, una extraordinaria novela colombiana. No hubo la más mínima reacción. Luego, en abril, me llegó de repente el mensaje: “Nuestra *scout* acaba de recibir de una agente literaria en Barcelona, un libro fabuloso y nuevo de un escritor colombiano y queremos publicarlo sin falta”. Mi amigo, el director de programa, estaba muy avergonzado cuando le respondí que ese libro, junto con una amplia muestra de traducción mía, se encontraba desde hacía tres meses en su escritorio. (82)

Este tipo de anécdotas reclamatorias no son raras en los entretelones de la industria editorial contemporánea. El traductor, quien otrora supo desempeñar un papel mediador privilegiado en los tráficos internacionales de literatura, ha perdido influencia mientras que *scouts* y agentes la han ganado. Si en un estado anterior de la industria el traductor era un profesional que, además de trasladar textos de una lengua a otra, recomendaba publicaciones o autores a las editoriales, en la actualidad esa función ya no se encuentra entre sus incumbencias. La industria editorial se ha transformado y con ello la correspondiente división del trabajo. La tarea de proveer contenidos a las editoriales ha quedado reservada para profesiones diferentes a la de los traductores. Esta contribución, precisamente, se propone iluminar la función de los agentes literarios y en particular la de los que regulan los flujos de la

literatura latinoamericana mundial. Es decir, para los fines de este trabajo, estos actores interesan en tanto agentes, pero también como productores de literatura latinoamericana para una recepción internacional.

A pesar de su creciente y siempre decisiva importancia, las investigaciones integrales sobre el papel que desempeñan los agentes literarios son escasas. Además, como señala Karl Berglund (67), la mayoría de las fuentes disponibles son en realidad retratos biográficos o autobiográficos escritos por actores del campo editorial. Como sucede con *Juan de Juanes (Escritores, editores, agentes literarios y otras glorias y calamidades)* (2014), de Sergio Ramírez, o el capítulo dedicado a Carmen Balcells en *Aquellos años del boom* (2014), de Xavi Ayén, estos aportes pueden tener valor anecdótico o histórico, pero no representan abordajes analíticos, no proveen definiciones ni se apoyan en algún tipo de andamiaje teórico.

Con frecuencia, la literatura académica que existe sobre el tema llama la atención sobre esta poca reflexión crítica, particularmente si se la observa a la luz de la significativa importancia de los agentes. Así, Mary Ann Gillies, en su estudio sobre la emergencia de estos mediadores en el mundo angloparlante, escribe<sup>1</sup>:

el examen de las agencias mediadoras es crucial para una comprensión renovada de la cultura impresa en el cambio de siglo [del XIX al XX]. De hecho, este estudio surgió de la observación de que, aunque los agentes literarios fueron figuras importantes en la producción impresa de este período, rara vez se les ha prestado el mismo nivel de atención que a otras figuras clave, como los autores, los editores o los redactores. (10)<sup>2</sup>

Al día de hoy, es posible encontrar algunas monografías, capítulos y volúmenes colectivos que abordan con mayor o menor profundidad y desde un enfoque orgánico la función de los agentes en el mundo de habla inglesa (Gillies; Hepburn; Thompson cap. 2), en el de habla alemana (Fischer) y en Francia (Cottenet; Lizé, Naudier y Roueff). Más allá de algunas contribuciones

<sup>1</sup> Todas las traducciones son mías.

<sup>2</sup> “the examination of mediating agencies is crucial to a renewed understanding of print culture at the turn of the twentieth century. Indeed, this study originated from the observation that though literary agents were major figures in the print production of this period, they have seldom been accorded the same level of attention as other key figures, such as authors, publishers, or editors”.

dispersas y puntuales, como la de Carmen Villarino dedicada a Brasil, no hay trabajos similares en lo que respecta a la literatura en castellano y portugués o, en términos regionales, a la literatura latinoamericana<sup>3</sup>. Como no existen estudios de este tipo, todavía está pendiente no solo analizar desde una perspectiva crítica el papel que desempeñan los agentes en este contexto específico, sino también examinar su evolución histórica así como reconstruir el mapa completo de las agencias y subcategorizarlas.

Las investigaciones disponibles registran la aparición de agentes informales en Londres ya a mediados del siglo XIX. Hacia fines de la década del setenta va a entrar en escena A. P. Watt quien vale como el primer agente profesional que logró establecer un modo de gestión que tomarían como referencia otros agentes posteriores (Gillies cap. 2). A partir de ese momento, las agencias en Inglaterra y Estados Unidos no pararon de multiplicarse. En aquel contexto de emergencia, hacia fines del siglo XIX, la cultura escrita se expande, el público lector aumenta, crece la demanda y con ella los tirajes. Aparecen también nuevas formas de reproducción y difusión. Mientras tanto, algunos escritores comienzan a asociarse y exigir nuevas disposiciones jurídicas para definir y proteger la propiedad intelectual y artística. En 1886 la Convención de Berna logra establecer un acuerdo multilateral para regular los derechos autorales (Hemmungs Wirtén). Veinticinco años antes, en Inglaterra, la actividad laboral que presuponen estos desarrollos jurídicos se había convertido en profesión: “En 1861” –anota Gillies– “el censo oficial del gobierno incluyó por primera vez el término ‘autor’ como profesión, junto con la medicina y el derecho, reconociendo así formalmente la migración de la autoría del ámbito de los trabajadores calificados al ámbito de los profesionales” (18)<sup>4</sup>. La evolución de la industria editorial europea hacia fines del siglo XIX sería, por lo tanto, el factor que explica la aparición de los agentes. Desde el mundo angloparlante comienzan a expandirse hacia otros dominios lingüísticos para llegar a España recién a mediados de los años cincuenta<sup>5</sup>.

En este punto, antes de ingresar en el campo más específico, conviene

<sup>3</sup> Daniela Szpilbarg trata el tema en un apartado de su *Cartografía argentina de la edición mundializada* (256-260). También Locane en “La mediación oculta: los agentes literarios en la producción de literatura ‘latinoamericana’ en Europa”.

<sup>4</sup> “In 1861 the official government census listed ‘author’ for the first time alongside medicine and law as a profession, thus formally recognizing the migration of authorship from the realm of skilled workers to the realm of professionals”.

<sup>5</sup> Para una genealogía sucinta, ver García Naharro.

destacar que el agente literario presupone la invención de dos dispositivos jurídicos: la función autor –según la ha analizado Michel Foucault– y la propiedad de la obra con los correspondientes derechos de explotación económica. Sin estos dos instrumentos extraliterarios, no hay agente, de modo que habría que pensarlo como el último eslabón –el más sofisticado, en la medida que supone los anteriores– de un encadenamiento de tecnologías legales para regular la propagación de contenidos dentro del mercado asociado con la industria literaria/cultural.

Después de pasar cinco años exiliado en Argentina, llega a España en 1953 el escritor rumano Vintilă Horia (1915-1992). En Madrid, conoce a Francisco Pérez González (1926-2010) y Rafael Gutiérrez Girardot (1928-2005) y se vincula a la editorial Taurus. En 1956, en colaboración con ellos, funda ACER (Argentina, Colombia, España, Rumania), una agencia literaria dedicada a la representación de autores extranjeros que incorporaría a Carmen Balcells como delegada en Barcelona. En 1960, sin embargo, Horia decide trasladar su residencia a París, y su agencia pasa a manos de Marcel Laignoux. Balcells, por su parte, se desvincula de ACER y funda la agencia que estaría destinada a convertirse en la más influyente del mundo de habla hispana y ser un actor determinante en la orquestación del *boom* de narrativa latinoamericana. 1960 es, por lo tanto, un año bisagra en la industria editorial hispanoamericana. A partir de ese momento, las reglas del juego cambiarían por completo y tomarían forma otros protagonismos.

De modo muy resumido, la declinación de agente literario que hoy afecta a la literatura latinoamericana pasa, por lo tanto, por dos instancias previas. Un momento fundacional en Inglaterra y el territorio angloparlante, y los años sesenta cuando en el mundo de habla hispana aparece en escena Carmen Balcells e introduce un repertorio de prácticas profesionales y una serie de pautas jurídicas que hoy son regla general en el rubro. La actual fase de la globalización, inaugurada con la caída del Muro, trajo, a su vez, una serie de transformaciones significativas en las condiciones materiales de producción de literatura. Los grandes conglomerados –de manera ejemplar el grupo Bertelsmann– han ido absorbiendo editoriales en diferentes dominios lingüísticos. Estos mismos grupos controlan toda la cadena productiva, desde la redacción del manuscrito hasta la colocación en las bocas de ventas. Hombres de negocios, ajenos incluso al mundo editorial, ocupan las gerencias generales de los grandes consorcios. El polo heterónimo, por lo menos a este nivel, parece haber inclinado la balanza a su favor. Las novedades se publican con la mira puesta en diferentes mercados nacionales

o regionales; algunos títulos, incluso, se lanzan en simultáneo en diferentes lenguas. De una novela se espera rendimientos económicos en todos los formatos posibles, no solo como texto y en soporte libro. La transición del siglo XX al XXI es, por consiguiente, otro escenario de grandes cambios y dentro de él –aunque todavía invisibilizados– los agentes literarios se han convertido en figuras ineludibles que toman decisiones determinantes y pautan el funcionamiento de la industria editorial internacionalizada. Escribe Karl Berglund que “Antes que los libros, [...] los derechos de propiedad intelectual son lo que más importa en el negocio editorial del siglo XXI. Y, en gran medida, son gestionados por los agentes literarios” (67)<sup>6</sup>. En las páginas que siguen, intentaré dar cuenta del accionar de estos fundamentales *gatekeepers* en lo que refiere, particularmente, a las dinámicas de propagación internacional de la literatura latinoamericana en el contexto de la actual fase de la globalización.

## 2. EL AGENTE Y LAS AGENCIAS. CARACTERIZACIÓN Y MAPEO

Definiciones de agente literario se pueden encontrar en los estudios ya mencionados o incluso en manuales de edición. Por regla general, estas caracterizaciones ponen el acento en su función administrativa; los suelen retratar como expertos en propiedad intelectual y derechos de autor que representan los intereses económicos de los escritores de sus catálogos y tratan de extraer las mayores ganancias posibles de un original mediante la segmentación de derechos en función de diferentes soportes y formatos. Lewis Coser, Charles Kadushin y Walter Powell, por ejemplo, los presentan de la siguiente manera:

Los agentes literarios son hombres y mujeres que, solos o como miembros de empresas, venden los manuscritos de sus clientes a las editoriales. Estos agentes reciben una comisión –normalmente del 10, pero a veces hasta del 15 por ciento– de todos los ingresos, y negocian las condiciones del contrato editorial en nombre de sus clientes. Conocen, o dicen conocer, los vericuetos del mercado literario para poder dirigir los manuscritos de sus clientes a las editoriales

<sup>6</sup> “Rather than books [...] intellectual property rights are what matters most in the publishing business of the twenty-first century. And they are to a great extent handled by literary agents”.

con mayor probabilidad de interés. Al mismo tiempo, conocen, o dicen conocer, el valor de un manuscrito para poder comercializarlo en condiciones más ventajosas que las que podría conseguir el autor por sí mismo. (286-287)<sup>7</sup>

Si bien irrefutables, en tanto que sí dan cuenta de las actividades y competencias esenciales de los agentes, las definiciones de este tipo resultan escolares o, si se quiere, clásicas, en la medida que no informan sobre las complejidades asociadas con la creciente internacionalización de los mercados literarios, la multiplicación de soportes y derechos derivados y la concentración editorial. Muchas de ellas suelen ser, en algún punto, definiciones extraídas de la observación de las dinámicas productivas dentro del marco nacional —y en particular de los países anglófonos hegemónicos— cuando en nuestro contexto histórico esos límites han quedado en gran medida obsoletos. No consideran, además, otras labores profesionales que, aunque sea de facto, también desempeñan los agentes.

Sin descartar definiciones como la de arriba, en lo que sigue voy a retomar algunos planteos de un trabajo anterior y tratar de examinar en mayor detalle la función de los agentes en lo que refiere a la literatura latinoamericana y su evolución en el marco de la actual fase de la globalización.

Desde que Carmen Balcells introdujo el principio contractual de los anticipos (Vila-Sanjuán 130-131), se ha generado una dinámica espiralada que obliga a las editoriales a concentrar esfuerzos en promover los títulos por los que han pagado mayores adelantos. Cuanto más paguen las editoriales en concepto de anticipos, mayor será la presión para publicar, promover y vender ejemplares del título contratado (Thompson 68). Como el pago no se ejecuta sobre las ventas, esta cláusula opera como un instrumento para que las editoriales vayan al encuentro de consumidores mediante estrategias publicitarias. En el caso de que no exista, como el pago ya fue parcialmente realizado, las editoriales se ven obligadas a inventar una demanda. Es decir, adquieren los derechos

<sup>7</sup> “Literary agents are men and women who, either alone or as members of firms, sell the manuscripts of their clients to publishing houses. These agents receive a commission—customarily 10 percent, but occasionally up to 15 percent—of all receipts, and they negotiate the terms of the publishing contract on behalf of their clients. They know, or claim to know, the ins and outs of the literary marketplace so that they can direct the manuscripts of their clients to the houses most likely to be interested. At the same time, they know, or claim to know, the value of a manuscript so that they can market it at more advantageous terms than can the author alone”.

de publicación de un título a partir de la convicción de que el retorno va a ser satisfactorio y cubrir al menos los costos de producción. Al subir los montos exigidos como anticipos, lo que hacen los agentes, en realidad, es garantizar que el título no va a ser relegado, que va a ser promocionado a través de todos los medios posibles y recibir visibilidad en las mesas de novedades de las bocas de ventas. La cantidad de ejemplares que las editoriales deben imprimir y vender es acorde al pago, de ahí los tirajes desmesurados que en muchos casos terminan en saldos o guillotinos. Es cierto que a través de este mecanismo se potencia la presencia de algunos libros en el mercado y que tal vez alcanzan más lectores, pero como contrapartida se favorece la lógica del *bestseller*: solo los grandes grupos van a estar en condiciones de adquirir los derechos de publicación de los manuscritos que prometen mayores ventas y solo ellos poseen la infraestructura para insertarlos de manera eficaz en el mercado. Además, este principio conduce a que las editoriales concentren sus esfuerzos en promover y vender los libros de firmas ya consagradas, por los que, por regla general, han pagado grandes anticipos, y dejen en un segundo plano los de escritores menos aventajados. Así, una función de los agentes es estimular la rotación y dinamizar el mercado: nutrirlo de novedades con promisorias cotizaciones a futuro que, por lo tanto, están destinadas a reemplazar la oferta que ya ha quedado obsoleta.

Si se considera la anécdota que introduce este trabajo, los agentes se habrían convertido en los principales proveedores de contenidos para las editoriales. Si anteriormente esta actividad corría por cuenta de los mismos escritores y, en el circuito internacional, con frecuencia, de traductores, cada vez más son los agentes quienes ofrecen potenciales publicaciones a los editores. Los editores depositan su confianza en ellos: “Los editores pronto se dieron cuenta de que los agentes podían procurarles material que ellos mismos no hubieran podido adquirir” (Gillies 26)<sup>8</sup>. Y otros canales han quedado cancelados, de manera que los agentes ahora tienden a monopolizar la función proveedora (Bellaigue 207). Planteado de otro modo, al menos en la zona más profesionalizada de la industria editorial, ahora las agencias operan como bancos de contenidos que son subastados en el mercado de los derechos de publicación. Las editoriales, por su parte, recurren a este servicio de manera cada vez más exclusiva. Así, como en algún momento cobró fuerza la idea de autor y luego la de propiedad intelectual, ahora está

<sup>8</sup> “publishers soon learned that agents could procure material for them that they might not have been able to acquire themselves”.

en pleno desarrollo la de agente. La división formal del trabajo supone que los proveedores de contenidos son los autores, pero en la práctica lo que sucede es que ese *stock* es administrado por agentes, quienes a su vez los ofrecen a editoriales y otros actores de la industria cultural a cambio de una cantidad de dinero. El 85 o 90% de esa cantidad lo van a entregar a los escritores en tanto (principales) productores de los textos. En otros términos, se puede sostener que los agentes producen contenidos para las editoriales, esos contenidos se los encargan directa o indirectamente a quienes con fines jurídicos y promocionales van a asumir la función autor.

Los producen no solo porque son quienes asumen y monopolizan la responsabilidad de abastecer la demanda de las editoriales, sino también porque no es imposible que intervengan en el diseño formal de los manuscritos. Escribe John B. Thompson que “No es raro que la propuesta de un libro pase por seis o más borradores o, en el caso de una novela, que el manuscrito sea revisado varias veces a la luz de los comentarios del agente. [...] Los buenos agentes saben, o tienen cierta idea, de lo que buscan los editores y las editoriales, y quieren presentar la oferta de su cliente de la mejor manera posible” (85)<sup>9</sup>. En este sentido, sería adecuado introducir una perspectiva que le asignara a los agentes al menos parte de la función autoral. Serían, de algún modo, coautores: desde luego del producto acabado, de los libros o la literatura, pero también, al menos en algunos casos, de los textos. La propuesta, entonces, sería que los agentes literarios —no los escritores— son hoy quienes mejor responden a la demanda de manuscritos de las principales editoriales. En colaboración con escritores, quienes aportarían materia prima en bruto, elaboran esos manuscritos en función de las necesidades coyunturales del mercado.

De esta manera, los agentes también operan como un filtro que introduce racionalidad y economiza el proceso productivo. A los escritorios de los editores no llega cualquier manuscrito, sino solo aquellos que fueron preseleccionados o adecuados por los agentes. Sostiene Guillermo Schavelzon, titular de la agencia Schavelzon-Graham, que “el agente literario funciona cada vez más como el primer comité de selección de la editorial, y algunas veces como el único” (s.p., ver también Coser, Kadushin y Powell 285-286 y Villarino 207).

<sup>9</sup> “It is not uncommon for a book proposal to go through six or more drafts, or, in the case of a novel, for the manuscript, for the manuscript to be revised several times in the light of feedback from the agent. [...] The good agents knows, or has some sense of, what editors and publishers will be looking for, and they want to present their client’s offerings in the best possible light”. Ver también Coser, Kadushin y Powell (287).

De esta manera, las editoriales han tercerizado la selección de manuscritos. Leer y descartar materiales era una tarea onerosa que corría por cuenta de un comité o de lectores externos, quienes elaboraban un informe dirigido al editor. Gracias a la mediación cada vez más activa de los agentes, ese proceso se ha simplificado. Las editoriales ahorran tiempo y dinero: en tanto que el agente conoce los catálogos y las líneas de trabajo, solo reciben textos que se ajustan a su perfil. El resto, de algún modo u otro, ha sido descartado previamente por los agentes. Aquí es donde la función de *gatekeepers* cobra mayor relieve. En la medida que un manuscrito o un original en lengua extranjera sin respaldo de un agente tiene vedado el acceso a las editoriales con mayor presencia de mercado, su mediación se convierte en condición. Sin agente, entonces, el acceso al mercado editorial es cada vez más dificultoso; a otros dominios lingüísticos, imposible. Y quien decide quién tiene derecho a la representación y, por lo tanto, acceso al mercado es el agente, no el escritor. Los escritores son clientes de los agentes, pero sus servicios tienen que pagarlos con evidencia de capital simbólico. Los escritores que no han reunido suficiente capital simbólico –emergentes o disfuncionales–, por lo tanto, no poseen mayor derecho a la representación y sus beneficios. Por el contrario, los que acumulan reconocimientos –ejemplarmente, Mario Vargas Llosa– no necesitan presentar más avales y negociar la representación de los agentes más influyentes.

Los agentes, además, producen valor agregado. Que un escritor cuente con el respaldo de un agente acreditado supone una asignación de prestigio más o menos automática. “Emplear a un agente” –escribe Gillies en referencia al momento de aparición de las primeras agencias– “aumentaba el estatus social de un escritor. Indicaba al mundo que el escritor era un profesional, cuyo trabajo era lo suficientemente importante como para ser gestionado por otro profesional” (26)<sup>10</sup>. Este axioma no ha dejado de ser cierto para el presente. El catálogo de un agente también constituye un banco de capital simbólico que se transfiere a los nuevos representados. No es lo mismo compartir catálogo con premios Nobel o Cervantes que con pares que han sido poco o nada traducidos. Este valor agregado primero simbólico se convierte en valor económico cuando se negocian contratos de publicación, y es tan crucial que, sin él, sin esa instancia de añadido, por lo menos en el circuito internacional,

<sup>10</sup> “employing an agent added to a writer’s social status. It indicated to the world that the writer was a professional whose work was significant enough to be managed by another professional”.

ningún escritor puede reclamar legitimidad. Sin agentes, sin ese articulador que asigna valor a los ojos de los editores internacionales, no hay, por lo tanto, literatura mundial. Al menos si se la entiende, como propone David Damrosch, como la que trasciende fronteras nacionales.

Al articular diferentes mercados mediante la comercialización de derechos de traducción, los agentes literarios cohesionan el mercado internacional. Si para los lectores cada dominio lingüístico se comporta como una esfera autárquica, para los agentes, que poseen una imagen integral de los territorios/mercados donde pueden colocar los productos que representan, todos esos espacios son complementarios. El ideal de un agente es vender, además de derechos derivados para todos los soportes y formatos –teatro, cine, televisión, ebooks, audiobooks, etc.–, también derechos de traducción para todos los mercados: no derechos mundiales, sino –como enseñó Balcells– segmentados para todos los territorios –o, mejor, países– del mundo. Los agentes, así, no solo operan como mediadores activos que permiten o restringen el acceso a los mercados correspondientes a las diferentes lenguas sino también como sincronizadores de esos mercados: la colocación y buena recepción de un texto en el mercado francés, por ejemplo, va a servir como aval y argumento para su transferencia al alemán. Corre por cuenta del agente presentar argumentos, exhibir evidencias y, así, poner en sintonía ambos mercados.

El lugar físico y simbólico por excelencia donde se van a negociar y distribuir los derechos de traducción es la Feria Internacional de Frankfurt<sup>11</sup>. Esta feria es la verdadera arena donde se tasa y jerarquiza hoy la literatura mundial. Y los actores estelares de este escenario son los agentes, de ninguna manera los escritores o los lectores, ya que se trata de una feria de derechos, no de libros, y, de hecho, el acceso al público en general es restringido.

Esta función articuladora que encuentra su lugar de ensamblaje en Frankfurt es de fundamental importancia en el marco de la economía global. Los agentes literarios, con una competencia intercultural que no todos los escritores ni editores poseen, son cada vez más los mediadores clave del mercado internacional. “Algunos agentes (editores, traductores y agentes literarios)” –escribe Gisèle Sapiro– “se han especializado en la mediación intercultural. Los agentes literarios desempeñan un papel cada vez más importante en este mercado: al imponer reglas profesionales y una lógica comercial, contribuyen

<sup>11</sup> Ver en este *dossier* el texto de Gustavo Sorá.

a racionalizar y armonizar su funcionamiento” (423)<sup>12</sup>. Operan, así, como la amalgama del mercado internacional de literatura: lo unifican no solo porque sincronizan las temporalidades y demandas específicas, sino también porque introducen pautas que trascienden las demarcaciones nacionales.

En este marco, el caso de las literaturas poscoloniales, como es el de la latinoamericana, presenta ciertas singularidades. Un escritor de Nueva York recurre a un agente de la misma ciudad, lo mismo vale para uno catalán, quien tiene a disposición agencias influyentes en Barcelona, o para españoles que van a contar con los servicios de agencias establecidas en Madrid o la capital catalana. Eventualmente, para ganar en proyección internacional, estas mismas agencias pueden establecer acuerdos con pares que controlan el acceso a otros mercados, pero a este nivel estas alianzas no son condición indispensable y, en todo caso, se resuelven entre agencias. De acuerdo con el modelo establecido por Carmen Balcells en los años sesenta las agencias que representan la literatura latinoamericana tienen sede, prácticamente de manera excluyente, fuera de América Latina. La mayoría se encuentra en Barcelona o España, algunas, en Nueva York o Alemania, en casos excepcionales, ya fuera de la cartografía regular, en las grandes capitales de América Latina. Es cierto que algunas de estas están dirigidas por agentes de origen latinoamericano, pero este hecho no afecta la dinámica estructural que establece que las literaturas periféricas, en el marco de nuestra globalización desigual, dependen de la representación en la metrópoli. Al respecto, Nicholas Glastonbury escribe:

Para complicar las cosas, muchas editoriales se niegan a recibir propuestas sin agente, eliminando así las obras de escritores que no pueden permitirse una representación internacional, que aún no han “salido” de su literatura local, que pueden ser perseguidos por su trabajo o que, por cualquier otra razón igualmente válida, simplemente no tienen (o no quieren) un agente. Y, en el raro caso de que un escritor tenga un agente que pueda representarlo hábilmente ante las editoriales anglófonas, si escribe en lenguas menos traducidas o

<sup>12</sup> “Some agents (publishers, translators, and literary agents) became specialized in intercultural mediation. The literary agents play an increasingly important role in this market: by imposing professional rules and a commercial logic, they contribute by rationalizing and harmonizing its functioning”.

en lenguas del Sur Global, puede seguir considerándose un riesgo demasiado grande para publicar. (s.p.)<sup>13</sup>

La literatura latinoamericana, en tanto construcción, es, por lo tanto, un artefacto sofisticado creado sobre la base de un régimen de dependencia estructural que reproduce el legado colonial. Los escritores de origen latinoamericano no se consagran a escala internacional por sí mismos ni por efecto de su obra. Una buena representación en Europa o Estados Unidos es condición insoslayable. La representación en Barcelona constituye el modelo por excelencia, pero existen alternativas. Lo que es inevitable –en tanto condición mínima– para el acceso al mercado internacional es la mediación de una agencia con suficiente capital social y simbólico. Estas agencias son los únicos interlocutores de las editoriales con capacidad de crear públicos y tendencias. Así, un itinerario habitual para un/a escritor/a latinoamericano/a que se propone salir del dominio local periférico pasa por recurrir a los servicios de un/a agente en Barcelona, con lo cual accede al mercado español y, potencialmente, a las otras lenguas hegemónicas europeas. El reconocimiento en España, por parte de las agencias, a las que siguen las editoriales y sus premios, constituye, de este modo, el primer paso, necesario y previsible, hacia la internacionalización. Un atajo, no accesible para cualquiera, puede ser la representación en Nueva York o Londres, con lo cual se abren las puertas del mercado anglófono.

En los años sesenta, Carmen Balcells logró introducir un régimen para la proyección internacional de la literatura latinoamericana que en muchos aspectos hoy se mantiene intacto. En su libro sobre los *gatekeepers* de la literatura mundial, William Marling escribió que “ella es la *gatekeeper* económica por excelencia en este estudio, y la que más cambió la literatura mundial moderna” (25)<sup>14</sup>. Su intervención es determinante: “En la edición

<sup>13</sup> “Complicating matters is the fact that many publishers refuse to receive non-agented submissions, thereby eliminating works by writers who might not be able to afford international representation, who might not yet have “broken out” of their local literature, who might be persecuted for their work, or who might for any number of other equally valid reasons simply not have (or want) an agent. And, in the rare case that a writer does have an agent who can ably represent them to Anglophone publishers, should they write in lesser translated languages or languages from the Global South, they may still be regarded as too big of a risk to publish”.

<sup>14</sup> “She is the most narrowly economic gatekeeper in this study, and the one who most changed modern World Literature” (25).

española hay un clarísimo antes y después de la irrupción de Carmen Balcells, personaje que cambia de forma drástica las leyes del mercado del libro y la situación de los autores en lengua española” (Vila-Sanjuán 128)<sup>15</sup>. No solo es una figura clave por lo que produjo en la industria editorial y por haber colaborado de manera sustancial en la inserción de la literatura latinoamericana en el mercado internacional, sino también porque varias de las agencias influyentes de la actualidad o son derivados de la agencia Balcells o la tienen como principal referente.

Desde luego, sigue siendo la agencia Balcells, conducida por su hijo, Lluís Miquel Palomares Balcells, desde 2015, el actor más prominente en la gestión de derechos de la literatura latinoamericana. Junto a los premios Nobel, Vargas Llosa, Neruda y García Márquez, representa al círculo estelar del *boom* y allegados. También a una firma destacada en el circuito de las súper ventas: Isabel Allende. Su especialidad, por lo tanto, se concentra en la zona de mayor acumulación de capital simbólico. En su catálogo conviven esos nombres canónicos de la literatura latinoamericana con los equivalentes de la española. Figuras marginales, como Rodolfo Fogwill, son raras y las generaciones emergentes están claramente subrepresentadas: Samanta Schweblin, Belén López Peiró y Rodrigo Blanco constituyen algunas de las excepciones. Si bien se trata de una agencia con claro enfoque transatlántico, el acceso a ella está prácticamente reservado para escritores ya consagrados.

Dos de las que siguen en nivel de influencia derivan de Balcells y también tienen sede en Barcelona: la de Antonia Kerrigan y Casanovas & Lynch. Kerrigan así como Mercedes Casanovas trabajaron en la agencia Balcells hasta que fundaron sus propios proyectos. Más tarde, Casanovas se asoció con María Lynch y ahora conducen juntas la agencia. Las tres destacan por su trasfondo familiar o migratorio que las vincula a diferentes tradiciones literarias y lingüísticas.

La apuesta más exitosa de Antonia Kerrigan es Carlos Ruiz Zafón. Entre los latinoamericanos, cuentan escritores de una generación inmediatamente posterior a la del *boom* y, sin llegar al Nobel, hoy con cierto reconocimiento internacional: Tomás González, Sergio Ramírez, Alonso Cueto, Laura Restrepo y Sergio Pitlor. Junto a ellos, representa a todos los miembros del Crack,

<sup>15</sup> En la misma sintonía, José Luis de Diego apunta que “los autores (representados por ella [Carmen Balcells]) identifican su irrupción en el mercado con una suerte de bisagra altamente significativa, un antes y un después en el largo proceso de profesionalización de los escritores” (214-215).

Jorge Volpi, Eloy Urroz, Ignacio Padilla, Ricardo Chávez Castañeda, menos a Pedro Ángel Palou. Puesto que en su catálogo tampoco hay escritores de nuevas generaciones, su estrategia parece haberse concentrado en tratar de gestionar, acaso de manera fallida, el relevo del *boom*.

En el caso de Casanovas & Lynch, el catálogo es amplio y heterogéneo. Presenta escritores de diferentes generaciones y con diferente grado de capital simbólico. La presencia latinoamericana es significativa y, si bien el catálogo incluye algunas firmas asociadas con grandes ventas, como Ángeles Mastretta, Federico Andahazi o Laura Esquivel, también se advierte una apuesta por las más recientes generaciones y el ciclo largo. Raúl Zurita y Fernando Vallejo son tal vez sus firmas de mayor prestigio, junto con la de un *raro* como Oscar Masotta. Una generación subsiguiente con variable presencia en los circuitos internacionales está representada por Martín Caparrós, Rodrigo Fresán y Daniel Guebel. Algo más jóvenes, pero distinguidos con premios internacionales y ya traducidos a diferentes lenguas son Mariana Enríquez, Claudia Hernández, Juan Gabriel Vásquez, Gabriela Wiener, María Gainza, Patricio Pron o Pola Oloixarac. Entre los más jóvenes, pero que ya han obtenido visibilidad gracias a mecanismos como las selecciones de la revista *Granta*, se encuentran Natalia García Freire, Paulina Flores y Camila Fabbri. Se trata de un catálogo balanceado, con nombres que ofrecen seguridad económica y otros simbólica, pero también es visible la apuesta por un canon futuro. Si bien los escritores de origen argentino pueden ser mayoría, el carácter panhispánico es patente. La presencia de mujeres es notable. En resumen, se trata de un catálogo más diverso, abierto y arriesgado que los de Balcells y Kerrigan.

También en la órbita más cercana a Balcells habría que ubicar a la agencia de Lúcia Riff. Aunque con sede en Río de Janeiro, esta agencia está íntimamente ligada a la de Balcells a través de su fundadora, quien en 1991 se desligó de aquella para encabezar un proyecto propio centrado en la literatura brasilera. Al día de hoy, gran parte de los derechos de publicación de la literatura de Brasil están bajo control de la agencia Riff (Villarino 211).

También en Barcelona, se encuentra la agencia Schavelzon-Graham. Fundada en Buenos Aires en 1998, opera en la ciudad catalana desde 2002. Su especialidad es la literatura en castellano y particularmente de América Latina aunque entre sus firmas más reconocidas se encuentra la de Paul Auster. Representa los derechos de Gioconda Belli, Elena Poniatowska, Ricardo Piglia, Manuel Puig y Juan José Saer así como los de algunos escritores argentinos de importancia nacional como Héctor Tizón y Juan Filloy. Entre los de una generación intermedia, se encuentran escritores con una presencia despareja

en el mercado internacional: Santiago Gamboa, Leopoldo Brizuela, Eduardo Berti, Fernanda García Lao, Martín Kohan, Sergio Álvarez y Claudia Piñeiro. Entre los más jóvenes del catálogo, destaca Rita Indiana, junto a quien se puede mencionar a Carlos Yushimito y Luciano Lamberti. Menos arriesgada que Casanovas & Lynch en lo que refiere a la apuesta por los potenciales nombres del futuro, Schavelzon-Graham también muestra una cierta inclinación por la literatura argentina. Si el monopolio del *boom* lo conserva Balcells, el fuerte de esta agencia se encuentra en el grupo de escritores argentinos que hacia los años sesenta desarrollaron proyectos alternativos al de Borges.

Víctor Hurtado conduce VicLit. Fundada en 2014, esta agencia ocupa un lugar todavía marginal en relación con las mencionadas anteriormente. Carmen Boulosa, Daniel Sada y Carlos Gamerro son las firmas más establecidas de su catálogo. Las generaciones más recientes no tienen mayor presencia. La franja más representada es la que hoy ronda los cuarenta años, entre quienes destaca Giuseppe Caputo. También parte del catálogo de VicLit son Juan Pablo Roncone y Leandro Ávalos Blacha, escritores que, a pesar de tener proyectos sólidos, no han conseguido mayor proyección internacional y siguen vinculados al circuito de las editoriales independientes locales.

En Madrid tiene sede CBQ, la agencia fundada por Claudia Bernaldo de Quirós en 2007. Al no estar en Barcelona, se aparta del centro gravitacional hacia una posición periférica. Su catálogo, también concentrado en la literatura argentina, es reducido, y su proyección internacional limitada. El nombre de mayor peso simbólico es, acaso, Mario Levrero. También representa a Fabián Casas, Aurora Venturini, Iosi Havilio, Selva Almada y Juan José Becerra. La ecuatoriana Mónica Ojeda, quien fue parte de Bogotá 39 en 2017, destaca como una figura emergente.

Fuera de Barcelona, el proyecto más relevante es Indent Literary Agency, conducida por Andrea Montejo y Paula Canal. Desde 2007, esta agencia con sede en Nueva York viene trabajando en un catálogo que se distingue por su perfil alternativo, con poéticas de baja rentabilidad económica y sin una presencia significativa en el mercado internacional. Colabora, fundamentalmente, con editoriales del circuito independiente latinoamericano como Almadía, Eterna Cadencia, Sigilo y Mardulce. Junto con una figura canónica como Julio Ramón Ribeyro, Pedro Juan Gutiérrez, Eduardo Halfon, Pedro Mairal y Guadalupe Nettel son tal vez las firmas de su catálogo con mayor presencia fuera del mercado en castellano. Con escritores como Luigi Amara, Juan Cárdenas, Luis Chaves, Alejandra Costamagna, Mauro Libertella, Emiliano Monge, Luis Negrón, Dolores Reyes, Luis Sagasti, Carolina Sanín, Damián

Tabarovsky, Tamara Tenenbaum, Fernanda Trías, Mayra Santos-Febres, Eric Schierloh y Diego Zúñiga, la edad promedio del catálogo ronda los cuarenta y cinco, cincuenta años. Se trata de un catálogo sin grandes éxitos de ventas ni concentraciones de capital simbólico. Por regla general, se trata de escritores con una trayectoria respetada en el circuito de las independientes y en el ciclo largo.

Una mención especial merece RCW Literary Agency, un proyecto que ya está alcanzando los cincuenta y cinco años de existencia. Su sede está en Londres y su especialidad es la literatura en inglés. Entre sus muchos representados, se encuentra un premio Nobel como Kazuo Ishiguro. Para esta agencia trabaja Laurence Laluyaux, una experta en literatura francesa que ha asumido la representación de algunos escritores de origen latinoamericano. Entre los brasileros, gestiona los derechos de Chico Buarque, Milton Hatoum, Bernardo Carvalho, Daniel Galera y Emilio Fraia. La lista de escritores de lengua hispana incluye a Liliana Colanzi, Federico Falco, Jorge Consiglio, Julián Fuks, Rodrigo Hasbún, Laia Jufresa, Valeria Luiselli, Lina Meruane, Eduardo Rabasa y Alia Trabucco Zerán. Similar al catálogo de Indent, el que dirige Laluyaux, al ser parte de uno más amplio, se distingue por quebrar las fronteras lingüísticas, con lo cual los escritores representados se insertan automáticamente en el circuito internacional. Se trata también de un catálogo que da más rédito económico; presenta, así, un mayor equilibrio entre el prestigio en los círculos especializados y la cobertura de mercado. Luiselli vale como el caso paradigmático de este catálogo.

Dos agencias que operan en Alemania tienen cierta participación e influencia en el mercado de derechos de autor de la literatura latinoamericana: Mertin-Witt Literarische Agentur y la Literarische Agentur Michael Gaeb. La primera, que tiene sede en Frankfurt, fue fundada por Ray-Güde Mertin, una experta en literatura lusófona, en 1982. Desde su muerte, en 2007, conduce la agencia Nicole Witt. Su especialidad sigue siendo la literatura en portugués, incluida la de África. Representa firmas canónicas como la de João Guimarães Rosa y otras contemporáneas con un consolidado reconocimiento internacional, como las de José Eduardo Agualusa y Mía Couto. En lo que refiere a la literatura brasilerá, su catálogo registra nombres con mayor o menor prominencia como los de Patrícia Melo, Andréa del Fuego, Ferréz, Tatiana Salem Levy, Paulo Lins, Adriana Lisboa, Carola Saavedra y Joca Reiners Terron. Entre los hispanohablantes, el espectro va desde figuras canónicas como Silvina Ocampo y éxitos de venta como Elsa Osorio, pasa por Sergio Bizzio y Héctor Abad Faciolince hasta llegar a la generación de Hernán

Ronsino y Lucía Puenzo. Fundada en 2003, la agencia de Michael Gaeb se encuentra en Berlín. En su catálogo conviven escritores latinoamericanos con alemanes. Entre las firmas de Ariana Harwicz, Ariel Magnus, Fernanda Melchor y Guillermo Fadanelli, destaca la de César Aira, quien creció en presencia internacional al mismo tiempo que la agencia. El caso del flamante Premio Formentor es singular y representa tal vez el mayor desafío para la agencia. Las publicaciones de Aira que, de acuerdo con ciertos estándares de la industria editorial, no llegan a calificar como novelas, recientemente han encontrado lectores en varias lenguas. En Argentina, Aira gestiona sin mediaciones sus derechos de publicación y los distribuye entre diferentes editoriales independientes y artesanales que lo han convertido en un autor de culto. Corre por cuenta de Gaeb convencer a las grandes editoriales del circuito internacional de que ese escritor del circuito *underground* nacional puede, o debe, llegar a ser también un escritor con lectores en el mundo.

En una posición marginal, con más arraigo en dominios nacionales, se encuentran VF Agencia Literaria, conducida desde la ciudad de México por Verónica Flores, y la agencia de Irene Barki en Buenos Aires. La segunda tiene un catálogo muy reducido con una firma de culto que no trasciende del escenario nacional: Gustavo Ferreyra. La primera presenta un catálogo más extenso, principalmente compuesto por escritores mexicanos, como Alberto Chimal, y unos pocos extranjeros, como Sergio Olguín.

Sin ser exhaustivo –el caso de Roberto Bolaño, por ejemplo, merecería un tratamiento aparte–, el recorrido trazado arriba da una idea panorámica del mapa actual de las agencias más influyentes en lo que refiere a la literatura latinoamericana. Permite, además, identificar posiciones susceptibles de ser diferenciadas y establecer categorizaciones. En lo que sigue, me interesa abordar de manera sucinta un texto de ficción que da cuenta de la emergencia de las agencias literarias y su impacto en el campo de la literatura latinoamericana.

### 3. EXCURSO SOBRE *EL JARDÍN DE AL LADO*

José Donoso publicó *El jardín de al lado* en 1981, cuando el apogeo internacional de la narrativa latinoamericana comenzaba a quedar atrás y Carmen Balcells era una figura mediadora consolidada. En tanto texto que reflexiona sobre el proceso de escritura y publicación, algunos rasgos lo emparentan con *La novela luminosa* (2005). Normalmente, se la ha leído como una novela del exilio. El relato en primera persona narra las frustraciones como expatriado,

padre, marido y escritor de Julio Méndez, un chileno establecido en Sitges. En el último capítulo, la narración da un giro metatextual y revela que quien ha escrito la novela ha sido su mujer, Gloria.

*El jardín de al lado* bien puede ser abordada como un documento que retrata el campo literario latinoamericano sometido a una transformación radical definida por la constitución del escritor profesional y la aparición de la agente literaria. En el régimen de la ficción este último papel lo encarna Núria Monclús, una “superagente” catalana que se lleva gran parte del protagonismo de la novela. Este protagonismo se explica, precisamente, porque el texto que le da vida fue redactado en una coyuntura de transición, donde los cambios que trajo consigo la aparición de ese nuevo actor sobresalían. La generación de escritores latinoamericanos anterior a la de Donoso no conoció al agente literario. La que ahora busca hacerse un lugar en el mercado internacional lo ha admitido como un mediador ineludible.

- ¿Y tu novela?
- Rechazada... Un desastre.
- ¡Hijos de puta!
- Hija de puta, dirás.
- ¿Por qué hija de puta?
- Después te cuento. (16)

Con este diálogo entre Julio Méndez y su amigo el pintor Pancho Salvatierra, la novela introduce el núcleo argumentativo alrededor del cual va a girar el relato. Lo interesante es que –en contra de lo que sugiere el sentido común– quien ejecuta el acto de rechazar no es un editor. Quien acepta o rechaza, es decir, quien opera como un mecanismo de filtrado de doble efecto, es una agente literaria. Todo el dramatismo de *El jardín* se despliega a partir de ese acto. Al menos a la vista de Julio Méndez, Núria Monclús es la figura que controla el acceso a la publicación de su novela: tiene tanto la capacidad de hacerla posible como de obturarla. Así, que la novela de Julio se haga un espacio en el mercado y encuentre lectores depende de la voluntad, no de un editor, sino de Núria. Ella es el filtro que su manuscrito tiene que franquear.

Pero el poder de Núria no se reduce a actuar como un *checkpoint*. Su mediación no es un acto pasivo sino creativo. Al intervenir, inventa autores, poéticas, tendencias. Frustrado, Julio exclama: “¡Al carajo con Núria Monclús y con los editores y lectores y autores que ella había inventado, y a quienes ella nutría!” (30). La agente, al menos esta superagente, tiene el poder de

convertir en autor a alguien que escribe. Pero no solo eso: también ha inventado la narrativa latinoamericana. Julio tiene miedo de quedar atrapado en un Chile nostálgico, “lejos de la esperanza irracional que da la cercanía de las editoriales barcelonesas que inventaron a los novelistas latinoamericanos, o éstos las inventaron a ellas, o Núria Monclús lo inventó todo” (74). Lo que hace Núria es, por lo tanto, diseñar y controlar un producto y su demanda e incluso la estructura material que los articula.

Decir que la agente media sería, de tan reduccionista, una afirmación falsa. Su intervención produce efectos tangibles, sumamente concretos y decisivos. Lo que pretende Julio es ingresar en su esfera de poder, disponer de su aval y beneficiarse de esos efectos. El carácter performativo de su accionar es tan contundente que, sin bien Núria Monclús es un personaje de ficción, el aparato institucional que está bajo su legislación es uno con referentes empíricos identificables:

Es proverbial su aire autoritario al desplazarse por los pasillos de la Feria de Frankfurt, basta una firma suya para que surjan colecciones traducidas del castellano en Suhrkamp, Gollancz, Feltrinelli, Farrar & Strauss, en las editoriales españolas y latinoamericanas a las que tiene del cogote, sí, sí, del cogote. De esos dos personajes, explico, Núria, no Chiriboga, importa de veras. (139)

Chiriboga –si es necesario aclararlo– es, dentro de la diégesis, el escritor latinoamericano profesional; otro invento –tal vez el más elaborado– de Núria.

Este último pasaje informa sobre otro aspecto de la novela de Donoso que me interesa destacar. La agente, además de tener el poder de crear autores y tendencias y de actuar como un *checkpoint*, es la llave de acceso al mercado internacional. Para ser más exacto, su territorio natural y donde ejerce su influencia no es el nacional, ni siquiera el de la lengua, sino el internacional e interlingüístico. “Yo tuve” –dice Julio– “la pretensión de poner mi futuro en esas manos. Mi coloquio con la superagente, amable, perfecta, distante, duró diez minutos interrumpidos por telefonazos de París, Dinamarca, Tokio y Nueva York, todo –me parecía a mí que no los reconocía– contestado en el idioma correspondiente” (44). Núria es tanto la amalgamadora del mercado transnacional, la que lo unifica, como quien garantiza el acceso a él. Julio busca su reconocimiento y protección no simplemente para que gestione sus derechos de autor, tampoco para que coloque su novela en el mercado a secas. Lo que espera de ella es que lo inserte en el mercado transnacional

o –vale decir– en la literatura mundial. De hecho, el reconocimiento a nivel nacional Julio ya lo tenía asegurado: “Nuria Monclús no tenía tiempo para fabricar reputaciones a partir del cero absoluto, cero que, aunque no era tan cero en Chile, lo era en el plano internacional en que se movía esta mujer, que podía estallar con la fuerza de la dinamita” (45).

El problema real de Julio, y finalmente el motor de la novela, es, por lo tanto, que no encuentra la fórmula textual que convenza a Núria de que puede ofrecerle un lugar en la literatura latinoamericana mundial. Es –y no puede dejar de ser– un escritor nacional, chileno: “Rodeado del respeto local por mis dos novelas y mi libro de relatos” (35). Con prestigio en el campo vernáculo y con un registro documental que solo puede interpelar a compatriotas. Esto es, justamente, lo que le señala Gloria después de escuchar la lectura de la segunda versión de la novela:

puede ser que nadie que no sea chileno entienda nada y que nadie que no sea de nuestra generación se interese. No todos somos Pablo Neruda, que universalizó el caldillo de congrio. Pero dime, ¿quién, que no haya vivido en nuestro mundo y tenga nuestra edad, aun en Chile, va a acordarse de quién era la Blanca Fredes, y los hermanos Trullenque y la Anita Lizana? ¿O quién era la Eglantina Sour o Juan Carlos Croharé, o la Nena del Banjo y la Rosa Valenzuela? ¿Y cómo eran los sandwiches de “La Novia”, y qué eran el Capulín y el Charles, y el paseo de Ahumada, y la cortada de pelo en Gath & Chávez? Para mí lo haces vivir todo porque reconozco los signos cifrados, y puedo romper el código: los llenas con una vida que es mi vida. ¿Pero y los que no comparten con nosotros esos signos? (216)

Lo que le reclama Núria a Julio no es más que un registro que le permita a la novela trascender fronteras nacionales, una codificación legible para un público transnacional.

#### 4. CONCLUSIONES

En esta contribución he tratado de avanzar un paso en relación con las definiciones estandarizadas que presentan al agente literario como un simple mediador que se ocupa de gestionar los derechos de publicación, traducción o reproducción de los autores a los que representa. No creo que esas definiciones básicas

ganen en poder explicativo con agregar información anecdótica acerca del rol *maternal* que asumen algunos agentes en relación con sus autores: buscarles casas después de un divorcio, organizarles viajes o ayudarlos económicamente. Más productiva resulta una perspectiva analítica que permita ir más allá de la dimensión fenomenológica, de las anécdotas y de las formalidades. Que permita, también, identificar regularidades y matices y las complejidades de su función dentro de un régimen estructural de producción.

El agente literario –normalmente una mujer profesional con una sofisticada competencia intercultural– es mucho más que un mediador pasivo. Sí es, acaso, un *gatekeeper*, en la medida que su intervención es cada día más determinante para el acceso al mercado del libro y, en general, a la industria cultural. Pero, además, su participación en la cadena de montaje es creativa: el resultado del proceso productivo no sería de ninguna manera el mismo sin sus aportes. Por lo menos en la medida que colaboran con la redacción del manuscrito, aunque sea como correctores de estilo o en tanto lectores que proponen cambios, desempeñan una función autoral formalmente no reconocida. Si se considera la dinámica transatlántica, el tráfico que vincula a los escritores latinoamericanos con el circuito editorial con base en España, esta función invisibilizada sería un mecanismo para favorecer la legibilidad de los originales ya sea en los centros de gestión cultural o en el territorio de la lengua y también en miras de la eventual traducción.

Los agentes se ocupan de gestionar los derechos de publicación y traducción, sí, pero esta actividad profesional implica que son tal vez los principales responsables de interconectar los diferentes mercados que constituyen la economía global: tanto los que se configuran en torno a las lenguas como los que suponen los diferentes soportes. Coordinar y cohesionar los diversos canales de propagación y los mercados nacionales es en gran medida parte del trabajo de los agentes. Diseñan el despliegue transnacional de un libro como si de un rompecabezas se tratara.

Son, por lo tanto, actores cada vez más relevantes en el escenario de la globalización. Si su aparición se registra en Inglaterra, en un período de significativas transformaciones en las condiciones de producción de la literatura, el actual proceso de globalización ha potenciado sus funciones. La competencia intercultural de los agentes, su capacidad para interpretar demandas y cruzarlas con ofertas provenientes de otros lugares del mundo, es un factor que los distingue de otros actores más arraigados a los dominios nacionales.

*El jardín de al lado* es un documento textual que ficcionaliza el momento de aparición de los agentes. Da cuenta de las tensiones e incomodidades que

generó en el campo literario latinoamericano su emergencia como una figura que rápidamente logró concentrar poder de asignar espacios y prestigios. En la actualidad, una novela como *El jardín* sería inimaginable. Aunque sea de manera invisible para los lectores, el lugar de los agentes en la industria cultural está consolidado y sus funciones naturalizadas. Particularmente los escritores que se proponen entrar en circulación internacional *deben* disponer de sus servicios. ¿Hay escritores que no recurren a ellos? Sí, por regla general, los poetas y también escritores que no quieren o no pueden salir de los dominios locales o nacionales. ¿Hay excepciones? Pocas y acaso como residuo de una fase anterior de la industria: Diamela Eltit es una de las contadas escritoras sin agente de quien existen algunas (pocas) traducciones. El organismo legitimador, en este muy particular caso, es la academia estadounidense. Sucede que el proceso de profesionalización dentro de la institución literaria, avanzado primero en Inglaterra y Estados Unidos, y más tarde desarrollado en España y el mundo de habla hispana, ha dado lugar a una división del trabajo en la que la academia y los traductores han reducido sus funciones. Los agentes hoy son los únicos autorizados –junto con *scouts*– a configurar los catálogos de las grandes editoriales y más particularmente los de literatura traducida. Y un escritor que se jacte de su profesionalidad necesita integrarse al catálogo de un agente.

Fue también intención de este trabajo presentar un rápido mapeo de las agencias con mayor participación en la gestión de derechos autorales de escritores latinoamericanos. Este mapeo –aún parcial– permite ver que no es posible operar con una definición rígida. Como intenté mostrar, existen diferentes agencias con diferentes perfiles y especialidades. El espectro va desde Balcells, que sigue concentrando el capital social y simbólico, a agencias emergentes que apuestan por poéticas más experimentales y menos canonizables a través del mercado. Las agencias con sede en Barcelona siguen siendo mayoría y las más influyentes, pero como alternativas viables hay otras que operan directamente desde el mercado angloparlante. Algunos catálogos hacen apuestas a futuro mientras que otras optan por estrategias más conservadoras. En algunos casos, las firmas sinónimo de ventas seguras ocupan un espacio importante. En otros, se da una suerte de balance entre nombres de autor que garantizan rentabilidad económica y aquellos que poseen prestigio en los círculos especializados y proveen rentabilidad simbólica. Estrategias equilibradas que buscan convertir a escritores de culto o figuras emergentes en autores con públicos relativamente amplios tampoco son raras. El escenario es, pues, a esta altura vasto, complejo y diverso. Una

investigación orgánica de largo aliento sigue pendiente. Si hay algo que, no obstante, está fuera de dudas es que los agentes literarios se han convertido en protagonistas sutiles de la industria editorial globalizada.

## BIBLIOGRAFÍA

- AYÉN, XAVI. *Aquellos años del boom, García Márquez, Vargas Llosa y el grupo de amigos que lo cambiaron todo*. Barcelona: Debate, 2014.
- BELLAIGUE, ERIC DE. *British Book Publishing as a Business since the 1960s: Selected Essays*. Londres: British Library, 2004.
- BERGLUND, KARL. "A Turn to the Rights: The Advent and Impact of Swedish Literary Agents". *Hype: Bestsellers and Literary Culture*. Eds. Jon Helgason, Sara Kärholm y Ann Steiner. Lund: Nordic Academic Press, 2014. 67-87.
- COSER, LEWIS A., CHARLES KADUSHIN Y WALTER W. POWELL, eds. *Books: The Culture and Commerce of Publishing*. Nueva York: Basic Books, Inc. Publishers, 1982.
- COTTENET, CÉCILE. *Literary Agents in the Transatlantic Book Trade: American Fiction, French Rights, and the Hoffman Agency*. Nueva York: Routledge, 2017.
- DAMOSCH, DAVID. *What Is World Literature?* Princeton: Princeton UP, 2003.
- DIEGO, JOSÉ LUIS DE. *Los autores no escriben libros. Nuevos aportes a la historia de la edición*. Buenos Aires: Ampersand, 2019.
- DONOSO, JOSÉ. *El jardín de al lado*. 1981. Barcelona: Seix Barral, 1988.
- FISCHER, ERNST, ed. *Literarische Agenturen - die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?* Wiesbaden: Harrassowitz, 2001.
- FOUCAULT, MICHEL. ¿Qué es un autor? 1969. Buenos Aires/Córdoba: El Cuenco de Plata/Ediciones Literales, 2010.
- GARCÍA NAHARRO, FERNANDO. "Agentes: el triunfo del intermediario. Genealogía de un oficio". *World Editors. Dynamics of Global Publishing and the Latin American Case between the Archive and the Digital Age*. Eds. Gustavo Guerrero, Benjamin Loy y Gesine Müller. Berlín/Boston: De Gruyter, 2020. 245-262. <https://doi.org/10.1515/9783110713015-016>.
- GILLIES, MARY ANN. *Professional Literary Agent in Britain*. Nueva York: University of Toronto Press, 2007.
- GLASTONBURY, NICHOLAS. "Translating Against World Literature". *Los Angeles Review of Books*. 18 de mayo 2021. <https://lareviewofbooks.org/article/translating-against-world-literature/>.
- HEMMUNGS WIRTÉN, EVA. *No Trespassing: Authorship, Intellectual Property Rights, and the Boundaries of Globalization*. Toronto: University of Toronto Press, 2004.
- HEPBURN, JAMES. *The Author's Empty Purse and the Rise of the Literary Agent*. Londres: Oxford UP, 1968.
- LIZÉ, WENCESLAS, DELPHINE NAUDIER Y OLIVIER ROUEFF. *Intermédiaires du travail artistique. À la frontière de l'art et du commerce*. París: Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

- LOCANE, JORGE J. "La mediación oculta: los agentes literarios en la producción de literatura 'latinoamericana' en Europa". *Iberoromania*, 85 (2017): 33-57. <https://doi.org/10.1515/iber-2017-0007>.
- MARLING, WILLIAM. *Gatekeepers: The Emergence of World Literature and the 1960s*. Nueva York: Oxford, 2016.
- RAMÍREZ, SERGIO. *Juan de Juanes (Escritores, editores, agentes literarios y otras glorias y calamidades)*. 2013. México: Santillana, 2014.
- SAPIRO, GISÈLE. "Globalization and cultural diversity in the book market: The case of literary translations in the US and in France". *Poetics* 38 (2010): 419-439. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2010.05.001>.
- SCHAVELZON, GUILLERMO. "La función del agente literario". Ponencia. *Encuentro Iberoamericano de Mujeres Narradoras*, Lima, agosto de 1999. <http://jamillan.com/agente.htm>.
- SCHULTZE-KRAFT, PETER. "Interview Peter Schultze-Kraft. 'Dedicarme a la literatura latinoamericana le dio sentido a mi vida'". *alba. lateinamerika lesen* 9 (2016): 80-84.
- SZPILBARG, DANIELA. *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Temperley: Tren en Movimiento, 2019.
- THOMPSON, JOHN B. *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty-First Century*. Cambridge: Polity Press, 2012.
- VILA-SANJUÁN, SERGIO. *Pasando página. Autores y editores en la España democrática*. Barcelona: Destino, 2003.
- VILLARINO, CARMEN M. "El papel de los agentes literarios en las dinámicas de campo. El caso de Brasil en la actualidad". *Iberoromania* 88 (2018): 203-217.